

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan mengenai peran humas dalam mempromosikan SMK AL HUDA Kediri melalui kegiatan wawancara, observasi dan telaah dokumentasi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi internal humas pemasaran sekolah di SMK AL HUDA Kediri secara keseluruhan telah berjalan dengan baik. Yakni melakukan hubungan komunikasi yang baik antara pihak *internal* dan *eksternal* sekolah. Diantaranya menjalin kerjasama dan komunikasi dengan komite dan orang tua/wali siswa mengenai program sekolah, dan menjalin komunikasi dengan pihak yang diajak bekerjasama serta instansi pemerintah dan instansi swasta dengan tujuan agar siswa dapat melakukan kegiatan magang yang sesuai dengan bidang keahlian.
2. Program humas dalam strategi pemasaran sekolah di SMK AL HUDA Kediri di tempuh melalui dua kegiatan yaitu kegiatan internal dan eksternal. Kegiatan internal dibagi kedalam kegiatan langsung dan kegiatan tidak langsung. Kegiatan tidak langsung meliputi penyampaian informasi melalui papan pengumuman, dan surat edaran. Kegiatan langsung meliputi rapat dewan guru, dan penjelasan diberbagai kesempatan. Sedangkan kegiatan eksternal terbagi kedalam

kegiatan langsung dan tidak langsung. Kegiatan langsung yaitu rapat orang tua/wali siswa dan komite sekolah, serta melayani kunjungan tamu. Kegiatan tidak langsung meliputi kegiatan penyampaian informasi melalui media perantara seperti *website* sekolah, E-mail, surat resmi dan telpon.

3. Strategi humas dalam lingkup eksternal pemasaran sekolah SMK AL HUDA Kediri dilakukan melalui beberapa cara diantaranya :

a. *Website* sekolah

SMK AL HUDA Kediri membuat *website* untuk mempermudah masyarakat guna mencari visi dan misi sekolah serta mengetahui program apa aja yang dimiliki sekolah.

b. Penyebaran brosur

Penyebaran dilakukan pada saat calon peserta didik/wali murid akan melakukan pendaftaran ke SMK AL HUDA Kediri untuk mencari informasi terkait SMK AL HUDA Kediri.

c. Promosi dari mulut ke mulut

Promosi dari mulut ke mulut dilakukan oleh siswa/siswi SMK AL HUDA Kediri agar dapat menggandeng teman atau saudaranya agar bergabung ke SMK AL HUDA Kediri.

d. Media online/media masa

Media online atau lebih tepatnya sosial media, tempat berkumpulnya semua orang dari berbagai penjuru. Memudahkan

SMK AL HUDA Kediri dalam melakukan promosi di sosial media contohnya Instagram, Facebook, Tweiter, dan lain-lain.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti dapat mengemukakan beberapa saran yang sekiranya dapat berguna oleh SMK AL HUDA Kediri khususnya kepada kepala humas SMK AL HUDA Kediri :

1. Disarankan agar peran humas lebih ditingkatkan dalam mempromosikan SMK AL HUDA Kediri dan kegiatan-kegiatan lainnya dengan menggabungkan dengan acara masyarakat seperti halnya pengajian, hari raya-raya yang lain.
2. Dalam pemasaran melalui media masa seperti koran. Menurut saya itu sudah ketinggalan jaman. Masyarakat sekarang lebih aktif di sosial media dan beberapa media online yang lain.oleh sebab itu hendaknya perlu ditingkatkan lagi dari promosi menggunakan media masa seperti koran beralih lebih aktif ke media online.